

Odpovědný turismus

Tereza Kadlecová

Product Manager

Oddělení produkt managementu a regionální spolupráce

Odpovědný vs. udržitelný turismus

Udržitelný turismus	Odpovědný turismus
odpovědnost podniků, DMO, vlády, organizací	odpovědnost jednotlivce/turisty
dlouhodobé strategie na ochranu životního prostředí	každodenní vědomá rozhodnutí snižovat svůj dopad na ŽP
snížení negativních dopadů na životní prostředí, ekonomiku a komunity	zvyšování pozitivních dopadů na životní prostředí, ekonomiku a komunity



Co si představíte pod pojmem udržitelný turismus?

Dotazníkové šetření mezi DMO, září 2023

„Aktivní zapojení partnerů do dění - musí rozvoj CR přijmout za své.

***Minimalizovat negativní dopady turismu** na přírodní prostředí, místní kultury a společnosti. Přinášet **ekonomický prospěch** destinaci a místním obyvatelům, což může zahrnovat vytváření pracovních příležitostí a rozvoj místní infrastruktury.“*

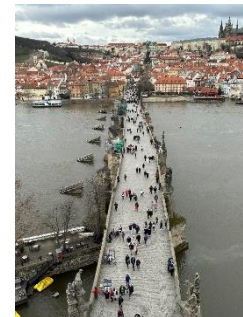
*„Turismus, jehož **dopady na danou destinaci mají kladný charakter** a nepříznivě nezatěžují prostředí dané destinace a život místních obyvatel. Principy takového turismu by se měly kladně dotýkat **environmentálních, ekonomických a socio-kulturních aspektů.**“*

*„Udržitelný cestovní ruch je takový rozvoj společnosti, kdy **současná generace uspokojuje svoje potřeby tak, aby neomezila uspokojování potřeb budoucích generací.** Aby se to, co bylo zrealizováno ve prospěch turistického ruchu v konkrétní podobě, hmatatelné reálné podobě ve fungování podpořilo, udrželo a dále **rozdvíjelo užití domácích i zahraničních uživatelů, bez toho aby docházelo k narušení rovnováhy společnosti a životního prostředí.**“*

*„Udržitelná turistika je forma cestování, která sleduje tři hlavní zájmy: **optimálně využívat zdroje životního prostředí a pomáhat chránit přírodní dědictví** a biologickou rozmanitost, **respektovat sociokulturní autenticitu** navštěvovaných zemí a přispívat k **porozumění a toleranci.**“*



Minimalizuje jednorázové obaly



Hledá autentické zážitky (načasování, off-season travel)

Odpovědný cestovatel



Podporuje místní ekonomiku, (gastro – národní/regionální jídla)



Podporuje místní ekonomiku, (nákupy – od místních umělců, opravdu vyrobené v ČR)

Minimalizuje jednorázové obaly



Zařazuje do cestován prvky slow-tourism, (autentické a hlubší zážitky)
Podpora místní ekonomiky



Regenerativní turismus (udělá něco navíc pro dané místo)



Respektuje navštívená místa

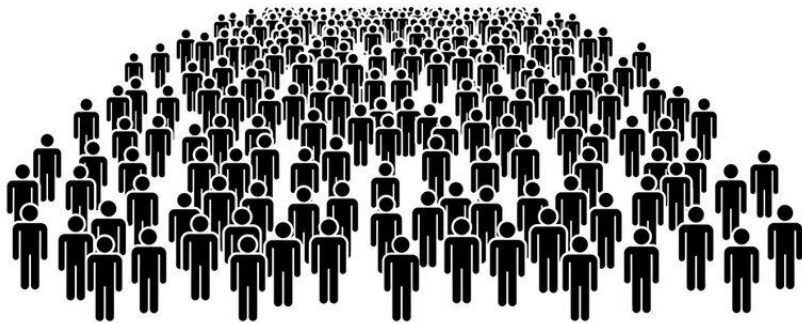


Pokud možno, využívá stávající infrastrukturu



Před cestou se informuje v IC, Domech přírody apod

Realita?



92 % lidí tvrdí, že chtějí žít udržitelněji
pouze 16 % aktivně mění své chování

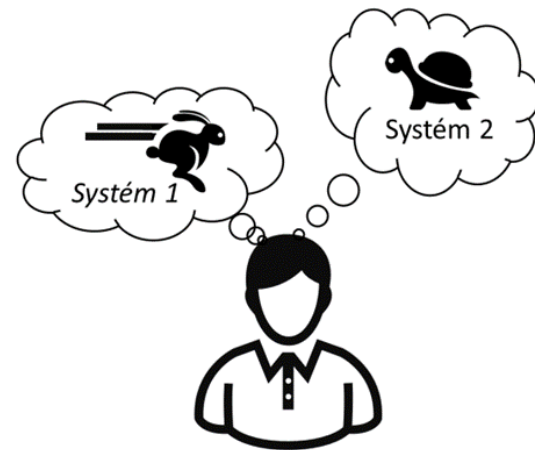


< 1 % cestujících kupuje offsety

Cestovatelé tvrdí, že chtějí cestovat udržitelněji. Proč je realita jiná?

Aplikace behaviorální ekonomie pro oblast udržitelného turismu

- Behaviorální ekonomie – systém 1 a 2
- Mezera mezi postojem a chováním z ang. intention-behavior gap
- Bariéry – zkreslení, myšlenkové zkratky



Proč nefunguje spoléhat se na cestovatele a jejich rozhodnutí ?

Cestovatelé jsou nejméně motivovanou skupinou v destinačním ekosystému, která adresuje udržitelnost. Proč?

- Přemíra informací - je těžké se v tématu orientovat
- Upuštění od každodenních rituálů – diety, fitness, třídění odpadu
- Adresování klimatické krize je bráno jako opozitum k trávení příjemné dovolené a relaxování
- Chovat se šetrně k ŽP je spojeno s obětováním pohodlí
- Vnímání udržitelné volby jako dražší varianty
- Udržitelná možnost není výchozí
- Cestovatelé se nechtějí omezovat
- Nastavení udržitelného cestování jako "niche", volba

Jaké je řešení?



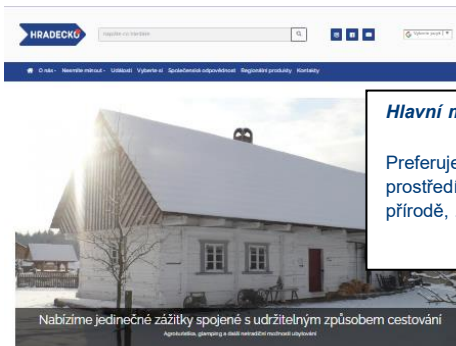
Priority cestovatelů

- mezera mezi záměrem a akcí je zvláště patrná při cestování
- cestovatelé se nechtějí vzdát radosti z neudržitelných rozhodnutí právě během své dovolené
- neudržitelné možnosti → rychlejší, jednodušší, pohodlnější, zvyk
- spotřebitelé mají tendenci volit nejjednodušší variantu

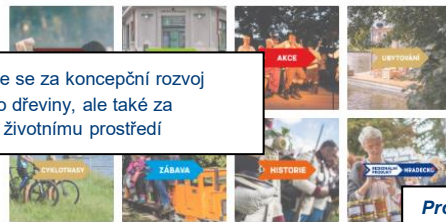


Jaké je řešení?

- Udržitelná možnost je výchozí varianta – Hradecko, Albert
- Nejsnadnější, nejrychlejší, zábavná
- Green nudges - pošťouchnutí



Ocenění vesnice roku: uděluje se za koncepční rozvoj zeleně v obci, příkladnou péči o dřeviny, ale také za výchovu veřejnosti ke vztahu k životnímu prostředí



Propagace regionálních produktů

Propagace výzvy CENIA – eko certifikace



RE - USE centrum v obci Světí



Green Nudges

- intervence, které mají přimět k (udržitelnější) volbě



Ochrana přírody se špetkou humoru

- (Savojsko, Francie) alpské prostředí začíná čelit rostoucímu turismu
- lidé porušují zákaz vstupu do jezer (znečišťující látky, poškozování fauny a flory, eroze kolem pobřeží)
- instalace "varovných" cedulí
- díky zapojení humoru a vyvolání otázek, které povzbuzují „myšlení systémem 2“, se snížil počet turistů vstupujících do jezer



„Samozřejmě tady není žralok, ale jezero s křehkým ekosystémem. Vstup do jezera zakázán, děkujeme.“

Opatření v hotelových pokojích

- konkretizace je účinnější než všeobecná informace
- formulovat poselství zábavným a zapamatovatelným způsobem



Cigaretové nedopalky a Ballot Bins

- nejčastěji sbíraný předmět na plážích
- behaviorální experiment společnosti Hubbub (2015)
- otázky spouští myšlenkový proces („systém 2“) a přispívají k hlubšímu zamyšlení



„Keep streets butt-free with the Ballot Bin!“

Vysoké lavičky v Dánsku

Heuristika:

- změna klimatu je něco vzdáleného, abstraktního, postupuje pomalu
- nevidíme okamžitě dopad, když změníte chování

Současnost > budoucnost

Náprava:

- zviditelnění budoucích následků



Minimalizace dopadu prodeje jídel a nápojů

- rozhodování jsou ovlivněna designem jídelního lístku
- pozice bezmasých jídel v dolních částech menu negativně ovlivňuje výběr jídel, nedostatečná nabídka bezmasých pokrmů
- zviditelnění veganských a vegetariánských možností v jídelním lístku zvyšuje poptávku
- zmenšení velikosti talíře může snížit plýtvání jídlem až o 20 %
- zviditelnění CO2 stopy u pokrmů zvyšuje poptávku po bezmasých variantách
- označování jídel jako „vegetariánské“ nebo „veganské“ v jídelničkách může ve skutečnosti snížit jejich výběr

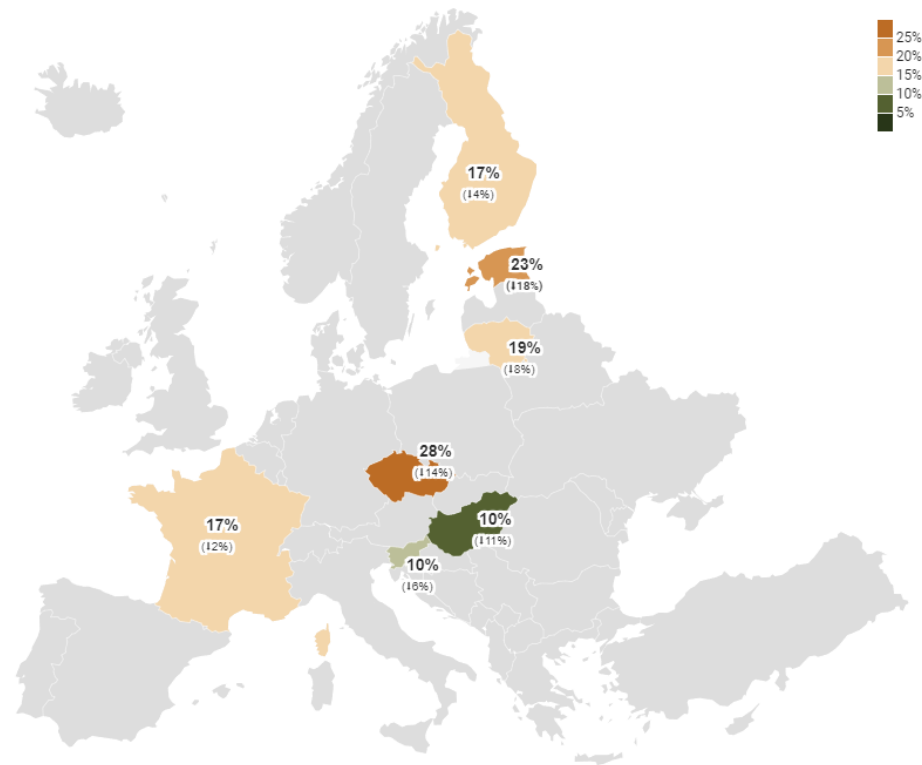


% lidí, kteří se neobávají změny klimatu

(čísla v závorkách zobrazují změnu od r. 2016)

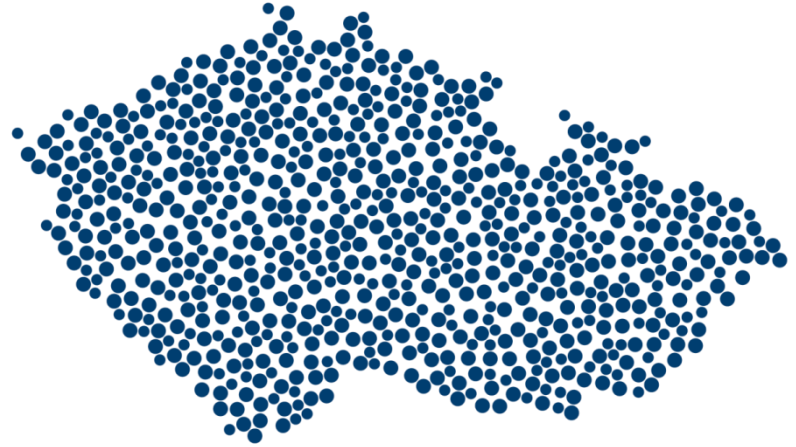
Češi a klimatická krize

- mezi Čechy panuje nízká ochota přispívat k řešení klimatické změny vlastní silou
- v roce 2019 si 42 % české společnosti myslelo, že jejich činnosti a aktivity nemohou pomoci klimatickou změnu zmírnit



Součet lidí, kteří odpověděli "Vůbec se neobávám" nebo "Spíše se neobávám" na otázku "Jak moc se obáváte změny klimatu?"

Mapa: @greendockcz · Zdroj: [European Social Survey \(rounds 8 and 10\)](#) · Vytvořeno nástrojem [Datawrapper](#)



Udržitelné cestování – výzkum mezi rezidenty

Září 2023

Cíle průzkumu

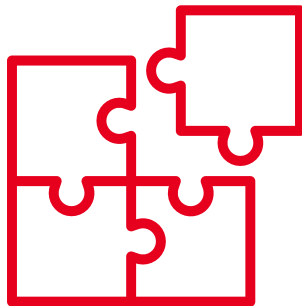
- Zjistit povědomí o udržitelném cestování
- Zjistit motivátory a bariéry spojené s tímto tématem
- Zajištění prvotního sběru a následné sledování trendu
- Na výsledcích postavit další aktivity agentury CzechTourism



Myšlenky udržitelného cestování odmítá čtvrtina Čechů

2/4

myšlenky udržitelného cestování vnímá jako **důležité**.



„Udržitelné cestování je určitě velmi důležité. Ale podle mého to není úplně možné udělat. Masové cestování bude vždycky už jen kvůli tomu, že prázdniny má každý stejně a oblíbené destinace taky. Velký problém je určitě znečišťování, to se určitě ale změnit dá.
(žena, 19 let, ZŠ)

1/4

se myšlenkami udržitelného cestování **nezabývá, ale neodmítá je**.

„Myslím, že cestování a pohyb lidí zastavit nejde, jen třeba změnit chování lidí při cestování, aby byli ohleduplnější k místům a kulturám, které navštěvují.
(žena, VŠ, 45 let)

1/4

se proti myšlenkám udržitelného cestování **vymezuje**. Jedná se o průřez respondentů bez ohledu na jejich vzdělání či pohlaví.

Dle odmítačů myšlenek udržitelného cestování je takové cestování:

- Nesmyslné
- Euronewspeak
- Nedosažitelné
- Móda

Povědomí o udržitelném cestování



Čeští cestovatelé se snaží cestovat v souladu s myšlenkami udržitelnosti i přesto, že termín samotný není tak známý

22 %

Čechu setkalo s pojem udržitelného cestování



64 %

cestovatelů deklaruje, že se snaží cestovat udržitelně

Q6. Slyšel/a jste někdy v souvislosti s cestováním nebo dovolenou o tzv. udržitelném cestování? N=1008

Q9. Snažíte se vy sám / sama cestovat udržitelně? N=734 (cestovatelé)

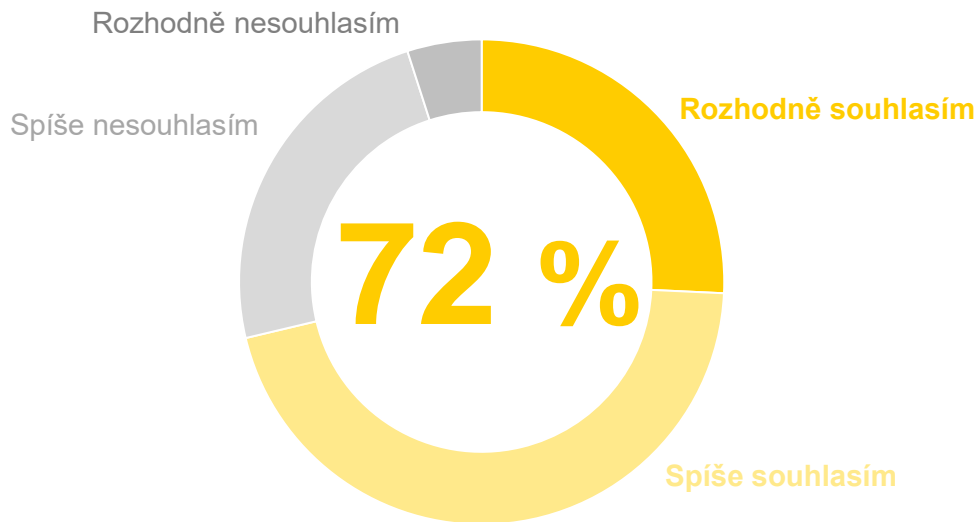
A woman with long dark hair, wearing a patterned top and a brown skirt, stands with her back to the camera, looking at a large airport departure board. The board displays flight information in multiple columns with red and white text. The background shows a busy airport terminal with other people and signs like 'TO GATE' and 'FAST TRACK'.

Udržitelné cestování a aktuální překážky



7 z 10 českých cestovatelů si chce na dovolené odpočinout

Na řešení udržitelnosti a přemýšlení nad dopady cestování tak cestovatelům často nezbývá prostor.



” Dovolená by měla být pro mě obdobím, kdy se mohu uvolnit od běžného stylu života, kdy se chovám tak ekologicky, jak považuji za správné, což obnáší i větší sebekontrolu.

muž, 50 let

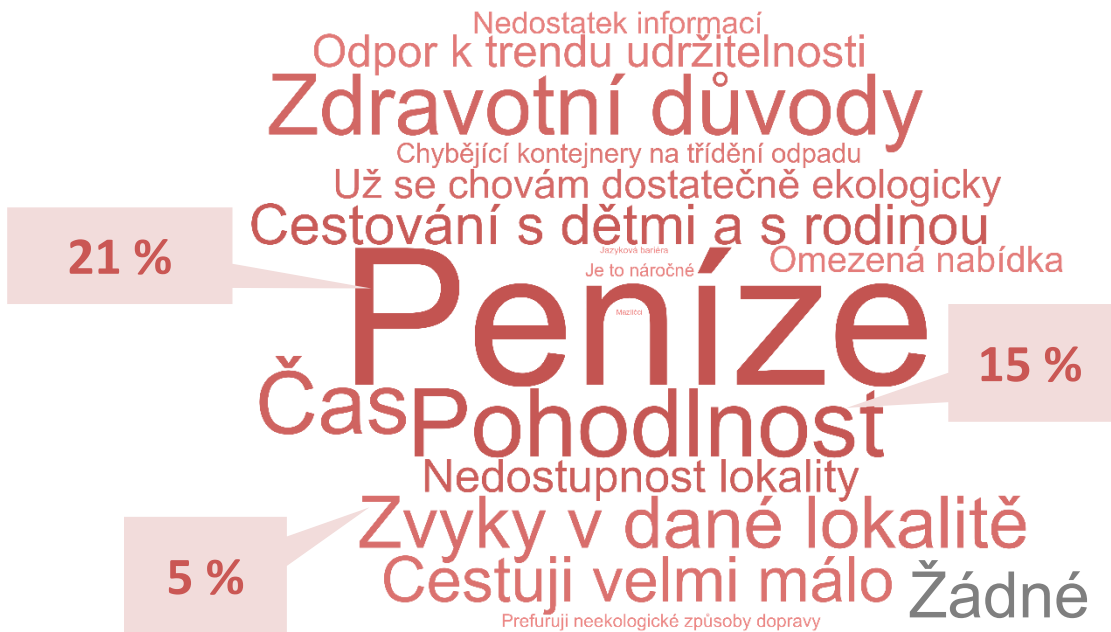
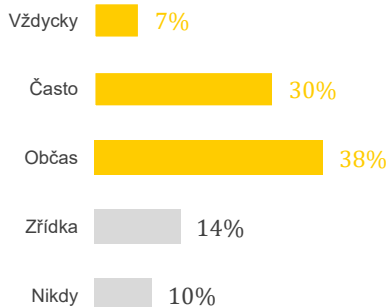
Q18. Do jaké míry souhlasíte vy osobně s následujícími výroky? Během dovolené mám hlavně zájem o odpočinek, aniž bych se zabýval/a otázkami spojenými s udržitelností
N=734 (cestovatelé)



Pouze 7 % cestovatelů hledá během dovolené pokaždé způsoby, jak se chovat udržitelněji

Q16. Jaké konkrétní překážky Vám brání cestovat udržitelněji? N=734 (cestovatelé)

Q15. Jak často hledáte možnosti, jak se chovat udržitelněji? N=734 (cestovatelé)





Cestovatelé nemají o udržitelném cestování dost informací a neví, kde je hledat

Rozhodně ano | Spíše ano | Spíše ne | Rozhodně ne

O ekologickém / udržitelném cestování nemám dostatek informací. 14% 54% 27% 5%

Nevím, kde informace o udržitelném / ekologickém cestování hledat 15% 45% 31% 10%

” *Nemám o tomto tématu dostatek informací. Chtěla bych, aby se toto téma dostalo více do veřejného podvědomí – jak ekologicky cestovat, co pro to mohu udělat a jaké možnosti mám ohledně tohoto tématu v zahraničí.*

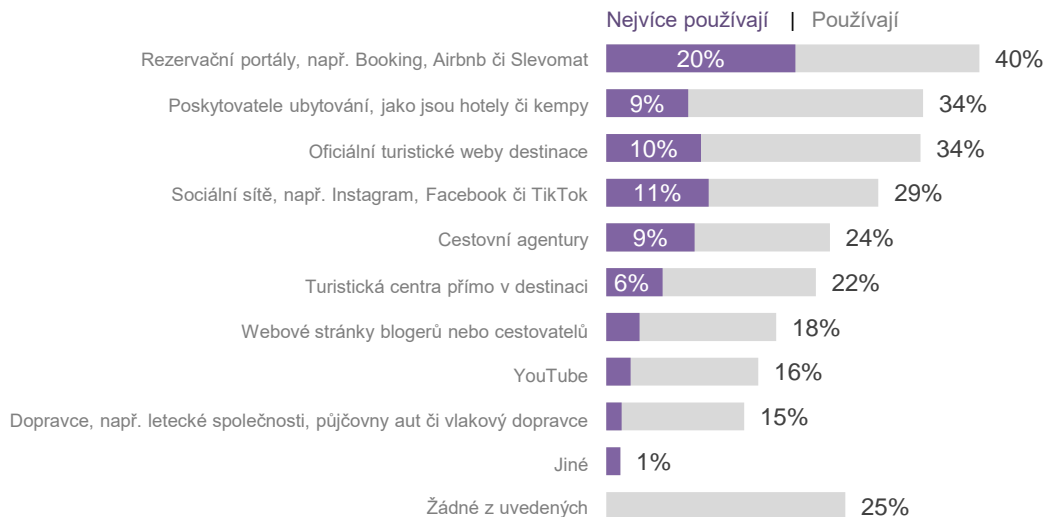
žena, 26 let

Q18. Do jaké míry souhlasíte vy osobně s následujícími výroky? O ekologickém / udržitelném cestování nemám dostatek informací. Nevím, kde informace o udržitelném / ekologickém cestování hledat N=734 (cestovatelé)



Primárním zdrojem informací o udržitelnosti jsou rezervační portály

Rezervační portály využívají jako zdroj informací o udržitelnosti 4 z 10 cestovatelů. Třetina klientů čerpá informace od poskytovatelů ubytování a z oficiálních turistických webů. 11 % cestovatelů využívá nejvíce sociální sítě.



Q26. Které zdroje používáte pro hledání informací o udržitelném / ekologickém cestování v destinaci? N=734 (cestovatelé)

Shrnutí

Cestovatelé vnímají stávající informace o možnostech cestovat udržitelně jako nedostačující a neví, kde je hledat. Tyto informace by uvítali.

Většina cestovatelů vnímá jako překážku udržitelnějšího cestování časovou náročnost (58 %) nebo nedostatečnou infrastrukturu (57 %). Jistou bariérou je také vlastní pohodlnost nebo finanční náročnost.

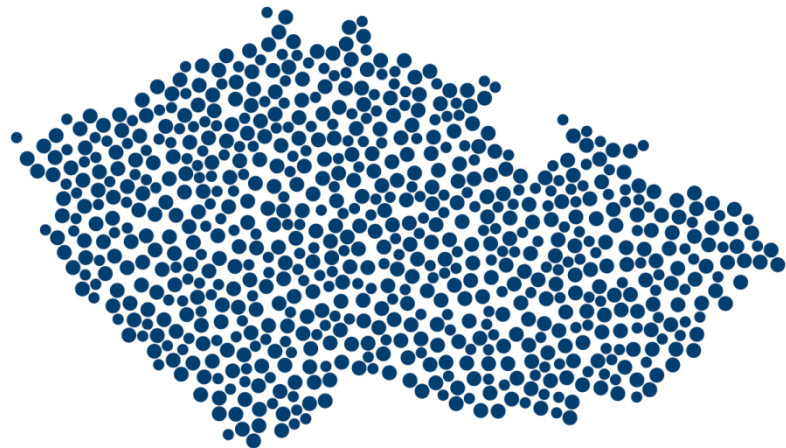
Řešení:

Propagovat udržitelné možnosti, dávat tipy pro odpovědné turisty, přehledně, jednoduše, zábavnou formou.

Zlepšit infrastrukturu (veřejné toalety).

Lze používat green nudges (*přes 50 tipů „pošťouchnutí“ využitelných v turismu najdete také na green-nudges.com*)

Téma lze komunikovat jako „odpovědné cestování“.



Děkuji za pozornost!

Tereza Kadlecová

kadlecova@czechtourism.cz